دار المنظومة
DAR ALMANDUMAH
الرواد في قواعد المعلومات العربية

العنوان:	الكليات في الخطاب الاشهاري : الصورة الاشهارية نموذجا
المصدر:	مجلة البلاغة والنقد الأدبي - المغرب
المؤلف الرئيسي:	نوسي، عبدالمجيد
المجلد/العدد:	ع1
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2014
الصفحات:	71 - 86
رقم MD:	591506
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
قواعد المعلومات:	AraBase
مواضيع:	الاعلان، الخطاب اللغوي، النقد الادبي، صورة الاعلان
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/591506

© 2016 دار المنظومة. جميع الحقوق محفوظة.
هذه المادة متاحة بناء على الإتفاق الموقع مع أصحاب حقوق النشر، علما أن جميع حقوق النشر محفوظة. يمكنك تحميل أو طباعة هذه المادة للاستخدام الشخصي فقط، ويمنع النسخ أو التحويل أو النشر عبر أي وسيلة (مثل مواقع الانترنت أو البريد الالكتروني) دون تصريح خطي من أصحاب حقوق النشر أو دار المنظومة.

الكليات في الخطاب الإشهاري:
الصورة الإشهارية نموذجا

عبد المجيد نوسي[1]

1- مقدمة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل صورة تقدم إعلانا لمنتوج بنكي. يتعلق الأمر، إذن بصورة إشهارية تتكون حسب البناء التركيبي للصورة من عناصر لغوية وبصرية، وترمي حسب وظائف التواصل إلى تقديم منتوج وإقناع المتلقي بمزايا هذا المنتوج ليتحول في مرحلة لاحقة إلى مستهلك.

2- المتن:

يتكون المتن من صورة صادرة عن وكالة إشهارية، تقدم منتوجا لمؤسسة بنكية على شكل قرض بمناسبة عيد الأضحى.

3- المنهجية:

بناء على الخصائص الخطابية للصورة، المتمثلة في تمفصلها إلى مكونين[2]: لغوي (الكلمات، الملفوظات...)، وبصري (الأيقونات، الألوان ...). سنعتمد في تحليل هذا الإعلان الإشهاري على الاقتراحات النظرية للسيميائيات التي تنظر عموما للموضوع المحلل من زاوية محددة[3]:

- يمثل الموضوع المحلل (نص، صورة...) كلا دالا.

---

(1) أستاذ السيميائيات وتحليل الخطاب. كلية الآداب بالجديدة. المغرب

(2) **Coquet, Michel**. «Le discours plastique d'un objet ethnographique» in Actes sémiotiques. V. 44. 1983.

(3) **Greimas (A. J). Courtes (J).** Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage. p. 252.

- ينتظم من حيث بنيته إلى مستويات، لذلك تحلل السيميائيات الموضوع اعتمادا على المستويات: اللغوية، التصويرية والتشكيلية.

يسمح تحليل هذه المستويات باستنتاج المقومات الدلالية التي تشيد في كليتها دلالة الصورة.

4- مستوى العبارة:

يمكن أن نلاحظ بناء على تركيب الصورة، أنها تتكون من مستويين[1]:

- مستوى لغوي.
- مستوى أيقوني.

سنقف عند عناصر كل مستوى قبل أن نشيد دلالة العبارة.

1.4. المستوى اللغوي:

يتحقق هذا المستوى، انطلاقا من المساحة الكلية للصورة، من خلال عنوان ونص وشكل كتابي.

الشكل الكتابي الذي يميز المستوى اللغوي هو شكل الكتابة الترسلية، حيث تتخذ الصورة شكل رسالة وتتحقق بناء على مجموعة من التقنيات الشكلية التي تميز هذا النمط من الكتابة:

- الإشارة إلى مكان الكتابة هو الدار البيضاء، المقر الرئيس للمؤسسة البنكية.

- زمن تحرير الرسالة، وهو التاريخ الميلادي: 18-11-2008.

الخطاب في الرسالة موجه إلى مرسل إليه، يتحدد من خلال وحدتين معجميتين: سيدتي، سيدي.

نلاحظ أن المرسل - إليه يدرج بصيغة العموم؛ لا يحمل سمات تتعلق بالسن أو بالمجال المهني أو الاجتماعي أو أي سمة يمكن أن تحدد هيئة المرسل - إليه.

غير أن المتلفظ وقبل أن يدبج نص الرسالة، يستهلها في أعلى الصورة بعنوان رئيس:

الهمزة نزلات في وقتها!

يستهل الملفوظ بالوحدة المعجمية: الهمزة.

(1) **Floch. Jean Marie.** Petites mythologies de l'œil et de l'esprit. p. 148.

– معجميا: تنتمي هذه الوحدة للمعجم اللغوي الشعبي، ولها استعمال وتداول يحدد لها مجموعة من المقومات السياقية، فهي تحيل على:

– الفرصة السانحة التي تغتنم وتحقق كسبا ماديا لمغتنمها.

– تركيبيا: الوحدة المعجمية: الهمزة، تتميز بالتبئير، وتلعب وظيفيا دور الفاعل المقدم الذي ينجز فعل ← الهمزة نزلات، فالفعل: «نزلات»، يشخص فعل النزول.

– زمنيا: «نزلات في وقتها!» يحيل الجزء الثاني من الملفوظ على زمنية الحاضر، نزلت في وقت ملائم وليس في زمن فجائي، إنه زمن متواقت.

– استعاريا: يتم تشخيص هذه الوحدة كالآتي؛ فهي تحمل سمة: + إنسان، لأنها تقوم بفعل النزول. يتضمن الفعل الملفوظ هذا في مقولة مكانية :

أعلى/ أسفل.

يتم النزول من أعلى إلى أسفل، كما أن هذا العنوان الرئيس يأخذ له موقعا في أعلى الصورة وفق جهتين:

يمين الصورة / شمال الصورة

الهمزة نزلات/

بعد الإحالة على المرسل – إليه بصيغة العموم، يقدم المتلفظ نص الرسالة، ويتكون من ملفوظات متعددة من حيث الصياغة:

ملفوظ تقريري: ابتهاجات عيد الأضحى تقترب.

يحيل الملفوظ بصيغة تقريرية على مقومات البهجة والفرح التي تقترن بعيد الأضحى، وهي تختزل إلى مقوم انفعالي:

السرور/ لا – سرور

(بهجة العيد)

ملفوظ/ استفهامي: حتما تتساءلون كيف يمكنكم قضاء هذه المناسبة بكل طمأنينة دون التأثير على ميزانيتكم؟

يتوجه الملفوظ إلى المخاطب بصيغة الجمع، أو المخاطب «الموسع»[1]. فهو يستحضر من خلال الأفعال: تتساءلون، يمكنكم، المتلقي.

- الملفوظ: دون التأثير على ميزانيتكم

يحيل على مقومات دلالية: اختلال الميزانية ← اختلال القدرة المادية.

إن الملفوظ اللغوي الذي يتوجه إلى المرسل - إليه، يدل على أن حالة السرور والبهجة التي تميز الاحتفاء بعيد الأضحى يمكن أن تتحول إلى حالة أخرى، سمتها الأساسية هي اختلال التوازن. يجعلنا الملفوظ الموجه إلى المخاطب أمام مقولة انفعالية:

السرور/ اللا - سرور
بهجة العيد ← اختلال القدرة المالية.

تدمج هذه المقولة الانفعالية داخل خطاب الرسالة وضعية سردية تنهض على كل مقومات المحكي؛ هناك ذات فاعلة توجد في حالة اختلال، ويمكن أن تندرج داخل مسار سردي؛ الطرف الأساس في هذه الوضعية السردية هو المخاطب الذي يصبح ذاتا فاعلة يمكن أن تصبح في حالة خاصيتها الرئيسة هي اختلال التوازن الاجتماعي، وبالتالي فإن رغبتها تقترن بالعودة إلى حالة التوازن.

وضعية التساؤل يوازيها جواب، لتجاوز وضعية الاختلال من خلال الملفوظ: لا داعي للقلق! وهو ملفوظ مسكوك يهون على المتلقي من الخوف من وضعية الاختلال.

المقطع الثاني من الرسالة يستهل بملفوظ [2]:

«وفا سلف تضع رهن إشارتكم»: وهو ملفوظ تعاقدي، لأنه يقترح على المتلقي عرضا من خلال تعاقد:

- العروض المقترحة، يصفها المتلفظ، أولا، بأنها «استثنائية»:
يحيل الوصف: «استثنائية»، على مقومات:
التفرد، التميز، في علاقتها بالعروض الأخرى.
استثنائية / عادية
(التفرد / التميز)

(1) **Benveniste (Emile).** Problèmes de linguistique générale. p. 199.

(2) **Greimas (A. J) Courte (J).** Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage. p. 70.

إن العقد المقترح على المتلقي لا يصاغ من خلال حروف، ولكنه يتحقق بناء على لغة عددية ورقمية، كل عقد يقدم بصيغة رياضية تصاعدية، تقوم أولا على ذكر قيمة الاسترداد في الشهر، ثم مدة الاسترداد وأخيرا المبلغ الكلي للعرض.

يتضح من خلال الصيغة الرقمية أن العنصر الحاسم فيها هو الرؤية، إنها تنصب على أول رقم، وهو قيمة الاسترداد التي تبدو ضئيلة مقارنة بالمبلغ الكلي.

المقطع الأخير في الرسالة، يخصص لطرائق التواصل وللتوقيع. تشير الرسالة إلى نقط الاتصال: «أقرب وكالة وفا سلف، نقطة بيع معتمدة، مرشد الزبائن على الهاتف». إن الوحدات المعجمية التي تصف طرائق التواصل: «أقرب وكالة، مرشد الزبائن»، تحيل على وسائل اتصال قادرة على تحقيق القرب من المؤسسة، إنها تنطوي على مقولة مكانية:

القرب/ البعد

التواصل/ اللا-تواصل

تختتم الرسالة في نهاية المقطع الأخير بتوقيع مزدوج، هو من جهة على شكل شعار المؤسسة وتوقيع اسمي، يحمل اسم مدير التسويق. إن صيغة التوقيع لا تكتفي بالصيغة المؤسساتية، ولكنها تقترن بالتوقيع الاسمي. يقصد المتلفظ إلى أن لا تكون خاتمة الرسالة عامة ومجردة، يريد أن تقترن الرسالة بتوقيع اسمي يحيل على مقوم: الالتزام، لذلك تحيل صيغة التوقيع على مقولة:

الالتزام/ اللا-التزام

2.4. المستوى البصري:

سنحلل على هذا المستوى الخصائص المختلفة للعبارة البصرية للصورة وتتمثل في التكوين الخطي والكروماتي (الألوان وقيمتها) والبلاستيكي[1]، وتمفصل هذه المكونات مع النص اللغوي.

نلاحظ أن مساحة الصورة تتمفصل إلى ثلاثة شرائط أفقية:

الشريط الأول: يمتد من أول الصورة في اتجاه أفقي، وهو يتضمن الملفوظ اللغوي: الهمزة، ثم صورة الكبش.

الشريط الثاني: هو الذي يتضمن النص اللغوي والمعطيات الرقمية.

الشريط الثالث: هو الذي يحيل على طرائق التواصل وتوقيع الرسالة.

(1) **Floch, Jean Marie**. Petites mythologies de l'œil et de l'esprit, pour une sémiotique plastique. p. 150.

3.4. المستوى التصويري

نقف فيه عند الوحدات التي تتكون منها الصورة[1]، وهي الوحدات التي تحيل على معادلات في العالم الطبيعي. يتحدد هذا المستوى بدءا من الشريط الأول وفي أعلى الصورة.

أ- أعلى الصورة:

نلاحظ على شمال الشريط: صورة كبش في حالة نزول مرتديا مظلة، وهي التي يقفز بواسطتها الطيار للنزول على سطح الأرض.

- **البعد الكروماتي على مستوى هذا الشريط:** في العمق الذي توجد فيه هذه الصورة، هناك شساعة كونية تتكون من زرقة واضحة هي الغالبة، تتداخل فيها نقط بيضاء على شكل غيوم: الصور كلها تحيل على السماء.

العلاقة بين الكائن الحيواني والسماء تدل، إذن، على أنه ينزل من الأعلى، من السماء. تقترن هذه العناصر بمقولة جهية:

النزول/ الصعود
(نزول الكبش من الأعلى)

- مونولوجية الصورة: صورة الكبش في كليتها تتجزأ إلى هذه العناصر:
- كبش بقرون كبيرة.
- يطل بابتسامة عريضة.
- وبوجه ضاحك.
- جسم الكبش تكسوه صوف كثة، ناصعة البياض.
- ينزل من فضاء شاسع نحو الأرض.

هذه السمات الجزئية لصورة الكبش تحدد ملامح الكبش الذي يوجد في حالة نزول.

الشريط الثاني:

- **الجانب الخطي:** ثلاثة أرقام منفصلة، كل رقم يتكون من ثلاثة أرقام تمثل المبلغ الكلي ومبلغ الاسترداد وزمن الاسترداد.

(1) **Floch Jean Marie.** «Figures. conicité et plasticité». in La figurativité II Actes sémiotiques VI. 26. 1983.
انظر أيضا:
بنكراد سعيد. سيميائيات الصورة الإشهارية: الإشهار والتمثلات الثقافية. ص. 36

– **الجانب الكروماتي**: تقدم الأرقام بألوان متباينة: الأزرق الأخضر والبنفسجي. وهي ألوان تتأطر داخل فضاء الزرقة الذي تجسد السماء، إنها تمثل العروض التي يقترحها المتلفظ في الإعلان الإشهاري.

البعد التربوي: في الشريط الثاني، نلاحظ وجود ثلاث مظلات كل مظلة بلون، هو في نفس الوقت لون الأرقام الخاصة بالعروض: وهي الأزرق، الأخضر ثم البنفسجي. لأن كل مظلة تتعالق بعرض من العروض، فهي تحيل على نزول العروض المالية من الأعلى نحو الأسفل.

الأعلى/ الأسفل
(نزول العروض)

الشريط الثالث: أسفل الصورة.

– **البعد البلاستيكي**: يتميز هذا الشريط ببعد بلاستيكي، إنه يتكون من دلائل خطية وكروماتية، تسهم في تركيب الرمز المميز للمؤسسة البنكية: دائرة نصفها باللون الأصفر، والنصف الآخر باللون الأزرق. يخترقها من الوسط سهم باللون الأسود.

يتجه السهم إلى اليمين، لذلك فإن السهم بشكله البلاستيكي يحيل على مقولة زمنية:

الاستمرارية/ الانقطاع

كما أن زمن الدائرة، يتشكل أصلا من خط، والخط حينما يغلق، يتحول إلى شكل مغلق –مثل الدائرة . ذلك أن الشكل المغلق يدل على قيم الامتلاء والدقة[1].

أما على مستوى الرمزية الكروماتية، فإن اللون الأصفر الذهبي، المستثمر في الدائرة، يرمز إلى الغنى والرخاء والفرح[2].

اللون الآخر الذي يدخل في تركيب بنية لون الدائرة هو الأزرق، ويرمز إلى قيمتين: الدينامية والوفاء.

الدينامية/ السكون
الوفاء/ الخيانة

تحت العلامة المميزة للمؤسسة البنكية، ملفوظ لغوي: «مشاريعكم في تقدم».

(1) **Haas. C R.** Pratique de la publicité. P115.

(2) Ibid. p. 115.

يتوجه الملفوظ إلى المخاطب بصيغة الجمع، اعتمادا على عنصر تركيبي:

ضمير المخاطب، وهو يقترن بالوحدة المعجمية: مشاريع، التي تدمج كل أنواع المعاملات. تتضمن هذه الوحدة المعجمية مقومات:

الاستثمار.
الربح.
الاستهلاك.
كما أن الوحدة التي تتعالق بها: في تقدم، تولد مقومات:
زمنية: الاستمرار/ الانقطاع
اقتصادية: التطور / الانكماش

بناء على المقولة الطبولوجية المميزة للصورة: أعلى/ أسفل، نلاحظ أن الفضاء الأسفل يتميز، ببروز مقولة مكانية: سماء/ أرض، تبدو الأرض بصفتها فضاء مثل سهل للرسو منبسط، بخضرة مخملية، كثيفة. الصورة التي تميز هذا الفضاء هي صورة الكبش وهو ينزل على سطح هذا الفضاء.

5- محتوى الصورة

لقد قمنا في العناصر السابقة بوصف مظاهر العبارة، لذلك سنحاول الآن إبراز كيف تسهم هذه العناصر في تشييد دلالة الصورة انطلاقا من الفرضية المنهجية التي تعتمدها السيميائيات المركبة، وهي وجود علاقة اقتضاء وتلازم بين العبارة والمحتوى.

يمكن أن نلاحظ أن الصورة الإشهارية، موضوع التحليل تشتغل وفق مبدأ الاستدعاء[1] الذي يعد آلية أساسية في الخطاب الإشهاري.

تظهر الصورة أولا على شكل رسالة[2]، وتتميز بخاصية أساسية هي أنها تستجيب للشروط الفنية التي يتطلبها الإشهار المباشر على شكل رسالة. فهي تجسد نمط الإشهار المباشر[3]، أي الذي يتوجه بصورة خاصة إلى فرد. إنه يرمي إلى تذويت العلاقة بالمتلقي، وإلى تشييد أثر الفردية وجعل التواصل من المرسل نحو المرسل-إليه شخصيا. إن الرسالة اسمية، لقد بعثت إلى مرسل-إليه بشكل شخصي، بتحديد اسمه الخاص.

تدل هذه الصيغة على أن المرسل يعرف جيدا الاسم الخاص للمرسل-إليه، أي أن التواصل يتحقق بناء على اقتسام قيم مشتركة.

(1) **Hass. C. R**. Pratique de la publicité.p151.

(2) Ibid p. 322.

(3) Ibid. p. 321.

إن المرسل المتمثل في المؤسسة البنكية لا يوجه للمرسل إليه إرسالية ذات مقاصد تجارية واستهلاكية ولكنه يذكره عبر هذا الاختيار الخطابي أنه ينسج بنية تواصل شخصي، تواصل قرب. وتعد هذه النتيجة أول حلقة في سيرورة الإقناع.

كما أن الرسالة تتميز بخاصية مهمة بالنسبة لنمط الإشهار المباشر وهي التطرق للموضوع بشكل مباشر دون الإسهاب في مقدمات، ذلك أن المتلفظ مباشرة بعد صيغة التذكير التي يشير فيها للمتلقي، يشرع في الحديث عن أفراح عيد الضحى.

تستعمل الرسالة أسلوبا يتميز بالكثافة دون أن تستثمر أساليب الكتابة التقليدية، فالملفوظ: «ابتهاجات عيد الأضحى تقترب»، يجسد سياق السرور الذي يميز عيد الأضحى.

تتميز الرسالة على مستوى تركيب بنيتها بالوحدة والالتحام رغم أنها تقدم عناصر متعددة:

- تقدم بكتابة تعبيرية سياق عيد الأضحى.

- تقدم مباشرة بعد ذلك، العروض التي تقترحها على المتلقي بدون انتقال فجائي على شكل أرقام.

يعتمد المتلفظ في تركيب الصورة على تمفصل المستوى اللغوي في علاقته بالمستوى البصري؛ عناصر النص اللغوي للرسالة تستدعي الشكل البصري، يمكن أن نلاحظ ذلك كالآتي:

الصورة ← رسالة

↓

مرسل ← متلقي

↓

المقولة الانفعالية: سرور / لا - سرور

(بهجة العيد) (اختلال القدرة المالية)

إن المقولات التي استخلصنا حين حللنا شكل العبارة، تبرز أن ملفوظات الرسالة تبلور مقولة انفعالية: سرور/ لا سرور، تدل على حالة السرور المقترنة بسياق العيد. غير أن الملفوظ الاستفهامي في الرسالة يدمج دلاليا مقوم اللا- سرور الذي يجسده: اختلال القدرة المادية.

سرور ← لا - سرور

(اختلال القدرة المادية)

يدمج الملفوظ الاستفهامي داخل خطاب الرسالة وضعية سردية، يضع المتلقي مثل ذات فاعلة يمكن أن تعيش حالة اختلال على مستوى توازن نظامها الاجتماعي، لذلك تنزع هذه الذات نحو تجاوز هذا الاختلال، بمعنى أن الرسالة تخلق من المتلقي فاعلا ينخرط في سيرورة سيميائية ينجز داخلها فعلا، لكي يستعيد حالة التوازن التي يجسدها المقوم الأول من المقولة: السرور.

على مستوى الصورة ، تتعالق حالة الاختلال الاجتماعي التي تبلورها –دلاليا– مقومات النص اللغوي مع المكون البصري، لأن سؤال الاختلال يجد جوابا له في المكونات البصرية للصورة. أول عنصر في هذه المكونات هو صورة الكبش الذي ينزل ملتحفا مظلة الطائرة التي يقفز بواسطتها الطيار للنزول.

تتأطر صورة الكبش شمال الصورة ضمن الشريط الأول من مساحة الصورة عامة. تقابل هذه الصورة على اليمين عنوان الرسالة: الهمزة نزلات. أول مقولة تشير لها الصورة هي المقولة الجهية: النزول/ الصعود، حيث يتحقق فيها مقوم النزول، نزول الكبش من الأعلى لأن الصورة تجد لها موقعا داخل شساعة كونية هي شساعة السماء.

يشتغل المكون البصري بعناصره وفق مبدأ الاستدعاء[1] الذي يحدد له المنظرون للخطاب الإشهاري في علاقته بعلم النفس، آليات متعددة مثل التلاصق أو التشابه. غير أن ما يميز الصورة التي نحللها، هو الاستدعاء القائم على الترابط الثقافي على مستوى عام. تستدعي الصورة نصا غائبا هو القصة القرآنية، قصة الذبيح، قصة إبراهيم الخليل عليه السلام. إن النص الغائب هو النص القرآني، يقول تعالى: ﴿**وَقَالَ إِنِّي ذَاهِبٌ إِلَى رَبِّي سَيَهْدِينِ، رَبِّ هَبْ لِي مِنَ الصَّالِحِينَ، فَبَشَّرْنَاهُ بِغُلَامٍ حَلِيمٍ، فَلَمَّا بَلَغَ مَعَهُ السَّعْيَ قَالَ يَا بُنَيَّ إِنِّي أَرَى فِي الْمَنَامِ أَنِّي أَذْبَحُكَ فَانْظُرْ مَاذَا تَرَى قَالَ يَا أَبَتِ افْعَلْ مَا تُؤْمَرُ سَتَجِدُنِي إِنْ شَاءَ اللَّهُ مِنَ الصَّابِرِينَ، فَلَمَّا أَسْلَمَا وَتَلَّهُ لِلْجَبِينِ وَنَادَيْنَاهُ أَنْ يَا إِبْرَاهِيمُ، قَدْ صَدَّقْتَ الرُّؤْيَا إِنَّا كَذَلِكَ نَجْزِي الْمُحْسِنِينَ، إِنَّ هَذَا لَهُوَ الْبَلَاءُ الْمُبِينُ، وَفَدَيْنَاهُ بِذِبْحٍ عَظِيمٍ وَتَرَكْنَا عَلَيْهِ فِي الْآخِرِينَ، سَلَامٌ عَلَى إِبْرَاهِيمَ، كَذَلِكَ نَجْزِي الْمُحْسِنِينَ**﴾[2].

يذكر تعالى أن إبراهيم سأل ربه أن يرزقه ولدا صالحا، فبشره الله بغلام حليم هو إسماعيل عليه السلام، ولما كبر واشتد عوده وأصبح يدبر مصالحه مثل أبيه، رأى إبراهيم عليه السلام في المنام أنه يُؤْمَرُ بذبح ولده. يقول ابن كثير في البداية والنهاية: «قال عبيد بن عمر أيضا وهذا اختبار من الله عز وجل لخليله في أن يذبح هذا الولد العزيز الذي جاءه على كبر وقد طعن في السن»[3].

(1) **HASS. C.** Pratique de la publicité. p. 151.

(2) **القرآن الكريم**. سورة الصافات. الآية 99.

(3) ابن كثير. البداية والنهاية. ص.149.

إن قصة إبراهيم الخليل تجسد معنى الابتلاء والاختبار، اختبار الله لإبراهيم بأن أمره بذبح ابنه الذي رزق به على كبر. ورغم حالة الشدة التي وجد فيها إبراهيم نفسه، فإنه استجاب لأمر الله ثم عرض ذلك على ابنه الذي قال له بأن يفعل ما يؤمر به. وآنذاك نُودِيَ عليه من الله تعالى: ﴿**وَنَادَيْنَاهُ أَنْ يَا إِبْرَاهِيمُ**﴾.

يستثمر المتلفظ، إذن، النص الغائب لخلق علاقة تجاور، على المستوى الفني، بين فعل من أفعال القصة القرآنية ﴿**وَفَدَيْنَاهُ بِذِبْحٍ عَظِيمٍ**﴾، وفعل نزول الكبش الذي تجسده الصورة.

هناك عناصر فنية هي التي تسمح بإقامة العلاقة بين مكونات الصورة الإشهارية والنص القرآني:

- وصف حالة السرور المقترنة بالعيد وصورة الكبش الذي يهبط من الأعلى داخل شساعة الفضاء.

يقول ابن كثير: «وعن ابن عباس هبط عليه من ثبير (جبل بظاهر مكة) كبش أعين...»[1].

تأويل الذبح العظيم يميل إلى فرضية الهبوط.

- حين نقف عند مورفولوجية الصورة، نلاحظ أنها تتميز بمجموعة خصائص:

- كبش بقرون كبيرة.
- كبش بعينين كبيرتين واسعتين.
- وجه ناصع.
- جسم الكبش تكسوه صوف كثة، ناصعة البياض.

هذه الخصائص المورفولوجية التي يحملها المتلفظ على صورة الكبش، تجد مرجعية لها في آراء المفسرين والمؤرخين. يقول ابن كثير: «والمشهور عند الجمهور أنه كبش أبيض أعين أقرن رآه مربوطا بسمرة في ثبير»[2].

وهي التي يصفها ابن كثير على الشكل الآتي:

- كبش:
- أقرن ← صوف بيضاء، ملمحه، هيأته بيضاء.
- أعين، عن ابن منظور في لسان العرب: "وإنه لأعين إذا كان ضخم العين واسعها"

(1) نفسه. ص.149.
(2) نفسه. ص.149.

- أقرن، عن ابن منظور: "وكبش أقرن: كبير القرنين"

يحدد نص ابن كثير مظاهر الصورة التي يكون عليه كبش الأضحية عند الأغلبية من الناس، وتحدد مورفولوجيته الجسدية من حيث اللون وشكل العينين وشكل القرون. تشكل هذه المظاهر الصورة - النموذج[1] التي يحبذها كل مسلم يلتزم بالسنة، لذلك فإنها -الصورة-تسكن المتخيل والمرجعية الثقافية. تعد الصورة المجسدة لعبارة النص القرآني: «الذبح العظيم»، بمعنى أنها تمثل صورة من الصور المرجعية في الثقافة الإسلامية.

يقيم المتلفظ عبر آلية التجاور الفني علاقة مماثلة بين صورتين:

- صورة الكبش (كبش إبراهيم) - أيقون الكبش في الصورة الإشهارية.

- أقرن	مماثلة ←	- قرون كبيرة
- أعين		- كبش بعينين واسعتين
- أبيض		- وجه ناصع
		- جسم الكبش تكسوه صوف كثة ناصعة البياض.

تستعير الكتابة في هذه الصورة الإشهارية، إذن، قصة إبراهيم الخليل لترسيخ مقوم دلالي: حالة الشدة، الناجمة عن الاختبار والابتلاء:

- القصة القرآنية	- الصورة الإشهارية
- تعرض إبراهيم الخليل للابتلاء حين أمره ربه بذبح ابنه	- المتلقي- المستهلك - المحتمل.
- حين عرض الأمر على ابنه قال له أن يفعل ما يؤمر	- اختلال التوازن بين: السرور/ لا-سرور تضمنها ابتهاجات/ التأثير على القدرة المالية
↓	عيد الأضحى
حالة إبراهيم في القصة القرآنية	↓
↓	حالة الشدة بسبب الفقد المادي.
حالة الشدة (بفعل أمر الله ذبح ابنه إسماعيل)	

(1) **Durand Gilbert.** Les structures anthropologiques de l'imaginaire. p. 73.

نلاحظ أن الصورة الإشهارية تضع المتلقي الذي يعد بالنسبة للخطاب الإشهاري قابلا لأن يتحول إلى مستهلك محتمل، في موضع ذات تعيش وضعية اختلال؛ فهي توشك أن تحرم من حالة السرور التي يعد عيد الأضحى مصدرا لها بسبب إمكانية غياب مستلزمات العيد المادية وخاصة الأضحية. لذلك فإن تجاوز حالة الشدة والعودة إلى حالة التوازن الاجتماعي وضمان حالة السرور، يعد رهينا بفعل معين. يفترض أن هذا الفعل يحقق تحولا من حالة الاختلال إلى حالة التوازن.

في القصة القرآنية حالة الشدة والإيمان ، والجزاء يكون من جنس العمل. وبفعل إلهي أيضا يُعَوَّضُ إبراهيم الخليل ابنه إسماعيل عليهما السلام، بذبح عظيم. أما في الصورة الإشهارية، فإن مصدر الرسالة: المؤسسة البنكية هو الذي يتكفل ببعث أضحية العيد. إن الشكل البصري الذي يقدم صورة الكبش في حالة هبوط، لا يخلو من مقاصد بالنسبة للمتلفظ. إنه يجعل من فعل المؤسسة البنكية عطاء، نوعا من الهبة، يظهرها وكأنها تقتسم مع الزبون معاني التضحية والفداء، فهي تحرص على استمرار حالة السرور التي تقترن بعيد الأضحى ولا ترغب في أن تتحول هذه الحالة إلى حالة لا – سرور بفعل اختلال التوازن المالي.

كل العناصر الشكلية على مستوى فضاء الصورة ترسخ هذه المقومات الدلالية: في الصورة. يبئر المتلفظ صورة الكبش ويضعه في الأعلى، في صدارة الصورة. يظهر النزول كأنه يتم بدون شروط، حيث لا يشهر المتلفظ العروض المرقمة بالمبالغ المالية والأقساط الواجب تسديدها وزمن الاسترداد. يعتمد المتلفظ، إذن، استراتيجية التعمية بخصوص المظهر المادي والمالي للعرض، بحيث لا ينكشف مظهر المؤسسة التي تقدم قروضا من أجل الربح والزيادة في رقم معاملاتها.

تستند الصورة الإشهارية إلى مفهوم النموذج الثقافي[1]، بإقامة هذا التجاور الفني بين عناصر القصة القرآنية والصورة. يعد مفهوم النموذج الثقافي محط تحديدات نظرية مختلفة عند علماء النفس أو علماء الأنتربولوجيا والنظريات الثقافية عامة، فهو يعد بالنسبة ليونغ «بنية نفسية لا واعية»[2]، تكمن وظيفتها في تنظيم أفعال الفرد. إنه يمثل من هذا المنظور «الوحدة الوظيفية» للاوعي الثقافي. إن النموذج الثقافي يرتبط باستعمالات عامة، فما يظهر منه أحيانا هي تمظهراته المختلفة.

من المنظور الثقافي، يمكن أن نعتبر النماذج الثقافية مثل النماذج المرجعية، أي النماذج الأساسية الخاصة بثقافة معينة تكون مشتركة بين جميع أطراف هذه الثقافة.

(1) **Sylvain. Duthois** «Les règles de la séduction publicitaire». in Communication et langages. p. 37.
(2) Ibid. p. 36.

إن قصة إبراهيم الخليل تجسد معنى الإيمان القوي بالمبادئ والتضحية من أجلها. تتخذ التضحية في القصة بعدا قويا حين يستجيب إبراهيم لأمر ربه القاضي بذبح ابنه إسماعيل. لذلك فإن معنى التضحية والبذل يرتقي في الواقع إلى نموذج ثقافي يشكل جزءا من اللاوعي الثقافي للمجتمع الممارس لفعل التضحية. إنه مرجعية ثقافية أساسية مشتركة بين الأفراد وقادرة على إنتاج معان عديدة، لا تتخذ أشكالا وتمظهرات داخل المجتمع، ذلك أن كثيرا من الأفعال والممارسات يمكن أن تجسد هذا المبدأ العام. لذلك فإن الصورة الإشهارية تستعير هذا النموذج الثقافي لبناء الإرسالية الخاصة بها. إنها من هذا المنظور، تحيل على أن المؤسسة البنكية تعد رمزا لقيمة التضحية، إنها تبادر من خلال زمنية عيد الأضحى بالقيام بفعل إنزال الكبش بصفته رمزا للتضحية لفائدة المرسل- إليه الذي يعد هدف الرسالة. إن تبئير أيقون الكبش في الصورة يرمي إلى إقناع المرسل- إليه بأن المؤسسة تولي كبير اهتمامها أولا للمستهلك دون الإفراط في المقاصد المادية التي تكرس منطق الربح.

على مستوى العبارة، تحاول أن ترسخ هذا الإيحاء بأن تجعل العناصر المرقمة لا تتصدر الصورة، ولكنها تأخذ موقعها على مستوى الشريط الثاني من الصورة.

هذه المقومات الدلالية: التضحية، إغفال المقاصد المادية، طمس منطق الربح، ترمي إلى إظهار البنك بمظهر المؤسسة التي تراعي في معاملاتها المالية النماذج الثقافية.

على المستوى التركيبي الذي يقدم لنا فرجة مشهدية بطلها فاعل في حالة اختلال توازن مادي واجتماعي، يمكن أن نلاحظ أن هذه الحالة تجد جوابا لها من خلال فعل المؤسسة البنكية: إنزال الأضحية.

الصورة ← رسالة.

↓

مرسل ← متلقي

↓

حالة أولية ← اختلال التوازن

(هيمنة مقولة اللا - سرور)

↓

استعادة التوازن

حالة نهائية ← (هبوط الكبش)

↓

امتلاك الذات لموضوع الرغبة: أضحية العيد.

حيث نستعيد عناصر العبارة البصرية، نلاحظ أن أسفل الصورة الإشهارية في مقابل الأعلى، يتميز بنزول الكبش على الأرض. يدل هذا الاتصال بفضاء الأرض على أن موضوع رغبة المتلقي- المستهلك المحتمل قد تحقق وحصل على الأضحية. إن الصورة لا تطرح سيناريوهات رد الفعل عند المتلقي: قبوله للعرض أو رفضه له، ولكنها تشخص، أيقونيا، حصول المراد، أي امتلاك المتلقي- المستهلك لما يرغب فيه دون الاستمرار في حالة اختلال التوازن.

اختيار هذا السيناريو يبرز أن الصورة تصرف النظر عن المظهر المادي للعروض التي يقترحها الإعلان وتعطي معنى متعاليا لقيمة التضحية؛ حيث توحي أن إيمانها بقيمة التضحية بصفتها نوعا من البذل الذي يسترخص ما هو أثمن في الحياة، يجعلها تسدي هذه الخدمة للمستهلك.

إن الصورة تضعنا أيضا أمام سيرورة سردية، يكون فيها المتلقي المستهلك المحتمل ذاتا فاعلة، تعاني اختلال التوازن. غير أن ظهور المؤسسة البنكية -واستنادا إلى إيمانها بقيمة التضحية بصفتها نموذجا ثقافيا متعاليا- هو الذي يعيد لهذه الذات التوازن الاجتماعي.

6- العامل-الهدف:

رغم أن الخطاب الترسلي الذي تعتمد عليه الصورة لا يحيل، بالنسبة للمرسل- إليه، على سمات تتعلق بالمجال المهني أو الاجتماعي، فإن صيغة الخطاب الذي ترتكز على الأقساط والمبلغ الإجمالي يمكن أن تشير إلى أن الخطاب يضع نصب عينيه هدفا يتمثل في المستخدم الأجير الذي يمكن أن يكون ضحية لاختلال مادي أثناء حلول عيد الضحى، كما أن هذه العينة الاجتماعية تظل وفية لعيد الأضحى في بعده الديني والاجتماعي والثقافي والطقوسي. فهي تتماهى في مظاهر هذه الممارسة السوسيوثقافية ولا يمكن أن تقلع عنها. لذلك فاستهدافها ينبني على تمثل، من لدن الإشهاري، لهذه الفئة الاجتماعية ولرغباتها وتمثلاتها وانتظاراتها السوسيوثقافية. إن الحضور القوي لصورة التضحية في متخيل هذه الفئة هو الذي يمثل الجسر الفعال لنقل الخبر والإرسالية والإقناع بمقاصدها.

7- خلاصة:

يهدف الخطاب الإشهاري عامة إلى استمالة المتلقي من أجل إقناعه بإنجاز فعل الاقتناء لمنتوج معين. ويستثمر الخطاب من أجل بلوغ هذا المقصد استراتيجيات متعددة ومتنوعة. فهو يتجه تارة نحو التأويل المنطقي والعقلاني، وتارة نحو اللاشعور والرغبات والأحلام، وغيرها من آليات الإقناع.

في الصورة الإشهارية التي قمنا بتحليلها، يستثمر المتلفظ النصوص الغائبة في المرجعية الثقافية العربية والإسلامية لصياغة نموذج ثقافي يجد له مصدرا في المرجعية الثقافية المشتركة بين الأفراد. سيمثل هذا النموذج دعامة لبناء الإرسالية التي تقدمها الصورة وآلية لإقناع المتلقي بالقيم التي تدعو لها.

المصادر والمراجع

أ- العربية:

- **القرآن الكريم**.
- **ابن كثير**. البداية والنهاية. دار الكتب العلمية. بيروت. 1994.
- **بنكراد سعيد**. سيميائيات الصورة الإشهارية، الإشهار والتمثلات الثقافية. إفريقيا الشرق. 2009

ب- اللغة الأجنبية:

- **Benveniste (Emile).** Problèmes de linguistique générale. Gallimard 1974.
- **Coquet, Michel.** «Le discours plastique d'un objet ethnographique» in Actes sémiotiques. V 44. 1983.
- **Durand Gilbert.** Les structures anthropologiques de l'imaginaire. Dunod. 1969
- **Floch. Jean Marie.** Petites mythologies de l'œil et de l'esprit. pour une sémiotique plastique. op. cit.
- **Floch Jean Marie.** «Figures, iconicité et plasticité». in La figurativité II Actes sémiotiques VI 26. 1983.
- **Grelmas (A. J).** Courtes (J) Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage. Hachette. 1979.
- **Haas. C R**. Pratique de la publicité. Dunod. 1988.
- **Sylvaln. Duthois** «les règles de la séduction publicitaire». in Communication et langages. N° 109. 1996.